

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Teori

Teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan mejabarkan relasi di antara variable, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut. (kerlinger, 1973:9) ¹⁰

Definisi lain mengatakan bahwa teori merupakan pengetahuan ilmiah yang mencakup penjelasan mengenai suatu faktor tertentu atas suatu disiplin imu. Beberapa karakter teori antara lain : pertama, harus konsisten dengan teori-teori sebelum yang memungkinkan tidak terjadinya kontradiksi dalam teori keilmuan secara keseluruhan. Kedua, harus cocok dengan fakta-fakta empiris untuk menguji konsistennya teori, apabila tidak didukung oleh pengujian empiris, tidak dapat diterima kebenarannya secara ilmiah¹¹.

2. Teori Komunikasi

Dalam penelitian ini memakai teori S-O-R. Adapun teori S-O-R adalah singkatan dari stimulus-organism-response. Teori ini berasal dari psikologi. Objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.

Model ini menunjukan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal Symbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negative. Perubahan serta pengukuran , yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variable penting ,yaitu :

¹⁰ Jalaludin Rakhmat. *Metode penelitian komunikasi*(,bandung,PT. Remaja Rosdakarya. 2012)6.

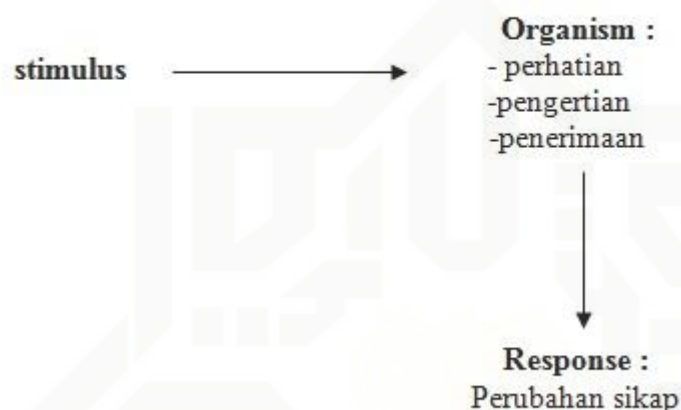
¹¹ Muhammad Idrus, *Metode penelitian ilmu sosial*,(Jakarta : Gelora Aksara Pratama, 2009),18

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Perhatian
2. Pengertian
3. Penerimaan

Gambar 2.1

Model S-O-R



Proses diatas menggambarkan perubahan sikap dan bergantung kepada proses yang terjadi pada individu. Stimulus yang diberikan kepada organisme dapat diterima atau dapat ditolak, maka pada proses selanjutnay terhenti. Ini berarti stimulus tersbut tidak efektif dalam mempengaruhi organisme, maka tidak ada perhatian (attention) dari organisme, jika stimulus diterima oleh organisme berarti adanya komunikasi dan perhatian dari organisme, dalam hal ini stimulus efektif dan ada reaksi. Langkah selanjutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari organisme, kemampuan dari organisme inilah yang dapat melanjutkan proses berikutnya. Pada langkah berikutnya adalah organisme dapat menerima secara baik apa yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesediaan dalam mengubah sikap. Dalam perubahan sikap ini dapat dilihat bahwa sikap dapat berubah hanya jika rangsangan yang diberikan melebihi rangsanga semula. Perubahan berarti bahwa stimulus yang diberikan dapat meyakinkan organisme, dan akhirnya secara efektif dapat merubah sikap.¹²

¹² Onong Uchjana.2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*.(PT.Citra Aditya Bakti, Bandung.) 254.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sikap mengandung aspek evaluatif artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap objek, orang, situasi, dan mungkin aspek-aspek lain dunia, termasuk ide abstrak dan kebijaksanaan sosial. Dengan demikian ahli psikologi sosial biasanya memandang sikap sebagai gabungan dari komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen perilaku. Mann (1969, dalam Azwar, 1995) menjelaskan bahwa komponen kognitif berisi persepsi, kepercayaan, dan stereotip yang dimiliki individu mengenai sesuatu. Adapun komponen afektif merupakan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi, aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin akan mengubah sikap seseorang. Komponen perilaku berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak atau bereaksi dengan cara-cara tertentu.¹³

3. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.¹⁴ Robert A. Baron dan Paul B. Paulus dalam Deddy Mulyana mengatakan bahwa persepsi adalah proses yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita.¹⁵ Brian Fellow mengatakan bahwa persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi.¹⁶

Jadi dapat dikatakan bahwa persepsi ini merupakan cara pandang seseorang terhadap sesuatu atau informasi. Bisa saja dalam situasi yang sama seseorang akan memiliki pandangan yang berbeda dengan orang

¹³ Sobur, Alex. 2003. *Psikologi umum*. Pustaka Setia, (Bandung. Sunarwinadi, Ilya. 1993. Komunikasi Antar Budaya. UI Pers, Jakarta.) 358-362.

¹⁴ Jalaludin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2004.)

¹⁵ Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (PT Remaja Rosdakarya, 2000. Bandung). 167

¹⁶ Ibid. 168

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lain, hal ini bisa terjadi karena setiap orang akan melihat sesuatu hal melalui panca indranya. Namun setiap orang akan berbeda dalam mengikuti, mengatur dan menginterpretasikan informasi yang masuk.

a. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Ada 2 faktor yang menentukan persepsi yaitu sebagai berikut ¹⁷:

1. Faktor fungsional

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberiakan respon pada stimulus itu.

2. Faktor Struktural

Faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkannya pada system syaraf individu.

b. Efek-efek Persepsi

Ada tiga dimensi efek persepsi yaitu:

1. Efek kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang ditimbulkan pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.

2. Efek afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu

¹⁷ Jalaludin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004.)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

setelah mengetahui informasi yang diterimanya khalayak diharapkan merasakannya.

3. Efek konatif

Merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan mengakibatkan orang menjadi beringas. Namun, semua informasi dari berbagai media itu tidak mempunyai efek yang sama.

4. Komunikasi Massa

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* di sini maksudnya adalah *sama makna*.¹⁸ Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah: upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni: komunikator (communicator, source, sender), pesan (message), media (channel, media), komunikan (communicant, communicate, receiver, recipient), efek (effect, impact, influence). Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.¹⁹

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa (mass media communication). Hal ini berbeda dengan pendapat ahli psikologi sosial yang menyatakan bahwa komunikasi massa tidak selalu dengan menggunakan media massa. Menurut mereka pidato di hadapan

¹⁸ Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 1987.) 9.

¹⁹ Ibid. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sejumlah orang banyak di sebuah lapangan , misalnya asal menunjukkan perilaku massa (mass behavior), itu dapat dikatakan komunikasi massa.

Seperti dikemukakan di atas , para ahli komunikasi membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film.²⁰

Joseph A. DeVito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisi dalam dua item, yakni : “pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan/atau visual.

Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio siaran, surat kabar, majalah dan film²¹.

a. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik terpenting pertama komunikasi massa adalah sifatnya yang satu arah. Memang ada televisi atau radio yang mengadakan dialog interaktif yang melibatkan khalayak secara langsung, namun itu hanya untuk keperluan terbatas. Kedua, selalu ada proses seleksi. Misalnya media memilih khalayaknya. Ketiga, karena media mampu menjangkau khalayak secara luas, jumlah media yang diperlukan sebenarnya tidak terlalu banyak sehingga kompetisinya selalu berangsur ketat. Keempat , untuk meraih khalayak sebanyak mungkin, harus berusaha membidik sasaran tertentu. Kelima,

²⁰ Ibid . Hal 10

²¹ Ardianto dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*,(Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009.) 6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi dilakukan oleh institusi social yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya.²²

Fungsi komunikasi massa

1. Informasi
2. Hiburan
3. Persuasi
4. Transmisi budaya
5. Mendorong kohesi social
6. Pengawasan
7. Korelasi
8. Pewarisan social
9. Melawan kekuasaan dan kekuatan represif
10. Menggugat hubungan trikonomi.

b. Efek komunikasi massa

Efek komunikasi massa dibagi menjadi beberapa bagian. Secara sederhana Keith R. Stamm dan John E. Bowes (1990) membagi kedua bagian dasar. Pertama, efek primer meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman. Kedua, efek sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih).

1. Efek primer

Apakah komunikasi massa juga mempunyai efek ? dengan memakai cara yang sama kita akan mengatakan bahwa efek komunikasi nyata dan jelas. Jika dalam hidup kita sehari-hari tidak bisa lepas dari media massa, berarti efek yang ditimbulkan nyata terjadi. Bisa dikatakan secara sederhana bahwa efek primer jika ada orang mengatakan telah terjadi proses komunikasi terhadap objek yang dilihatnya.

Rivers dkk. *Media Massa & Masyarakat Modern*, (Jakarta, Kencana Prenada Media, 2008). 19-20.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketika sebuah pesan diterima oleh audience dan menyita perhatiannya, kadang masih sulit dimengerti. Sebagaimana komunikator dalam komunikasi antarpersonal, biasanya ia langsung mengetahui bahwa pesannya tidak bisa dimengerti. Akan tetapi, di dalam komunikasi massa sering kali komunikator tidak mengetahui apakah pesannya bisa dimengerti atau tidak. Hal ini disebabkan umpan balik dalam komunikasi massa itu sangat terbatas dan tidak ada cara praktis untuk mengecek apakah pesan yang disiarkan bisa dipahami, apalagi audience-nya menyebar atau tidak mengumpul atau heterogen.

Jadi, terpaan media massa yang mengenai audience menjadi salah satu bentuk efek primer. Akan lebih bagus lagi jika audience tersebut memerhatikan pesan-pesan media massa. Sama seperti kita yang memerhatikan orang yang sedang berbicara, ketika kita memerhatikan, berarti ada efek primer yang terjadi pada diri kita. Ketika di radio diberitakan tentang kecelakaan beruntun di jalan told an kita tertarik untuk mendengarkannya, efek primer juga melekat pada diri kita. Bahkan jika kita memahami apa yang disiarkan media massa itu sama saja semakin kuat efek primer terjadi.

2. Efek sekunder

Persoalannya kemudian adalah apakah hasil yang terjadi dari sebuah proses komunikasi? Jika pengaruh primer terjadi (misalnya dari terpaan, perhatian, dan pemahaman), apa konsekuensinya? Apakah orang lain bisa “dipengaruhi” untuk mengubah pikirannya sesuai dengan apa yang sedang kita lakukan dan anjurkan? Secara tradisional, ada beberapa jenis efek yang disebabkan media massa. Salah satunya adalah efek *usus and gratifikations* (kegunaan dan kepuasan). Sebenarnya, ada banyak efek yang ditimbulkan oleh saluran komunikasi massa, tetapi dalam efek sekunder kita akan mencoba membahas efek kegunaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan kepuasan tersebut. Di samping itu, efek ini diyakini lebih menggambarkan realitas konkret yang terjadi di masyarakat. Jadi, uses and gratifications merupakan salah satu bentuk efek sekunder.²³

5. Televisi

Salah satu media dalam komunikasi adalah televisi, dari semua media komunikasi yang ada, televisi lah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Televisi merupakan media dari jaringan komunikasi yang memiliki ciri-ciri berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikannya bersifat heterogen. Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiaran dan video dari segi gambar Bergeraknya. Suatu program televisi, dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsanya karena ditranmisikan pemancar.²⁴

Televisi sebagai media komunikasi massa, secara umum memiliki lima fungsi utama, yaitu :

1. Pendidikan,
2. Hiburan,
3. Penerangan/Informasi,
4. Iklan, dan
5. Seleksi.

a. Pengaruh televisi dan video

Pengaruh televisi terhadap system komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Bahwa televisi menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat Indonesia sudah banyak yang mengetahui dan merasakannya.

Menurut Prof. Dr. R. Mar'at dari Unpad, acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan para penonton. Ini adalah hal yang wajar. Jadi, jika hal-hal yang

Nurudin, *Pengantar Komunikasi massa*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2011.) 206-207.

²⁴ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta, PT Prenada Media Group, 1997). 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah bukanlah sesuatu yang istimewa. Sebab salah satu pengaruh psikologis dari televisi ialah seakan-akan menghipnotis penonton sehingga penonton dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi.

Adalah kelatahan atau barangkali lebih tepat dikatakan peniruan yang sering kali dipermasalahakan, yakni peniruan yang negative. Kenyataannya televisi tidak selalu menimbulkan pengaruh peniruan negative, tidak jarang juga yang positif. Yang menjadi persoalan sekarang ialah bagaimana kita harus menggalakkan peniruan yang positif dan mencegah peniruan yang negative.

Kalau kita berbicara mengenai pengaruh televisi terhadap system komunikasi, dan menjawab pertanyaan Dr. Jack Lyle “apa yang di-displace di Indonesia”, maka jawabanya adalah antara lain radio dan surat kabar. Antara bulan juni 1977 dan maret 1978, unhas mengadakan penelitian mengenai informasi ke wilayah pedesaan di Sulawesi selatan. Hasil penelitian tersebut diantaranya mengatakan bahwa pengetahuan tentang kejadian-kejadian di luar negeri dan di kalangan pemerintahan hamper seluruhnya diperoleh pertama kali dari TV (yaitu 97 %). Dimana terdapat TV, maka di situ perhatian kepada radio dan surat kabar boleh dikatakan “terkubur sama sekali”. Akan tetapi suatu kenyataan yang tidak menggembirakan – demikian hasil penelitian tersebut – ialah bahwa para penonton yang buta huruf, sekalipun sudah cukup lama berkenalan dengan televisi, tidak berhasil memperoleh literasi visual sehingga rata-rata (92 %) tidak ingat dan tidak mengerti apa yang ditonton mereka.²⁵

6. Hiburan

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi

²⁵ Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 1987.) 41-42.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

setiap hari merupakan tayangan hiburan. Begitu pun radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan. Memang ada beberapa televisi dan radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. Demikian pula halnya dengan majalah. Tetapi, ada beberapa majalah yang lebih mengutamakan berita seperti Time dan News Week, Tempo dan Gatra.²⁶

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi yang paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lain. Masalahnya, masyarakat kita masih menjadikan televisi sebagai media hiburan. Dalam sebuah keluarga, televisi bisa sebagai perekat keintiman keluarga itu karena masing-masing anggota keluarga mempunyai kesibukan sendiri-sendiri.

Pentingnya aspek hiburan dalam komunikasi juga diakui Charles R. Wright sehingga ia perlu membuat table untuk memperjelas.

Aktivitas komunikasi massa : hiburan²⁷

Tabel 2.1

	Masyarakat	Individu	Subkelompok tertentu (mis : kel. Politik)	Kebudayaan
Fungsi	Pelepasan lelah bagi kelompok-kelompok massa	Pelepasan lelah	Memperluas kekuasaan, mengendalikan bidang kehidupan	
Disfungsi	Mengalihkan public menghindari aksi social	Meningkatkan kepastian, memperendah cita rasa, memungkikan pelarian/ pengasingan diri		Memperlemah estetik “budaya pop”

Ardianto dkk, komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009.) 17

²⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi massa*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2011.) 71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

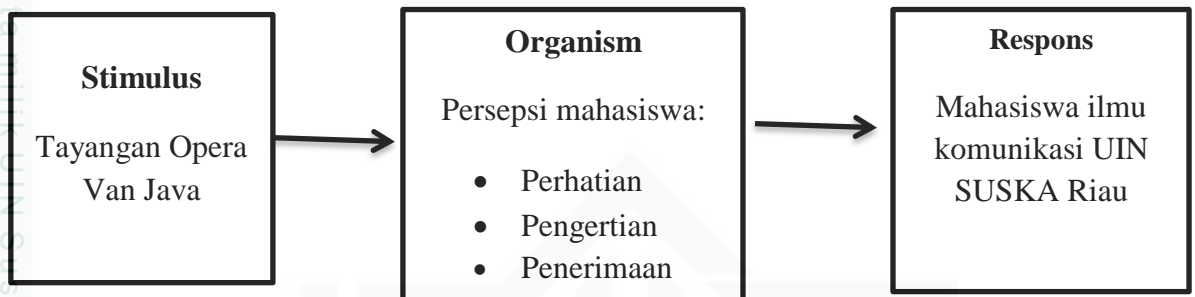
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Kerangka Pikir

Model S-O-R



Gambar diatas menjelaskan bahwa perubahan sikap tergantung pada proses terjadinya pada suatu individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan pada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikan akan berlangsung jika ada perhatian komunikan, proses berikutnya komunikan mengerti maka kemampuan komunikan mengolahnya dan menerimanya maka akan terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Dalam penelitian ini menggunakan teori SOR karena ingin melihat bagaimana persepsi tentang tayangan opera van java yang dapat mempengaruhi atau mengubah sikap dan perilaku khalayak.

Berdasarkan teori SOR dijelaskan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikan ke komunikator akan menimbulkan suatu efek yang kehadirannya terkadang tanpa kita sadari oleh komunikan. Begitu juga dengan penelitian ini dimana pesan yang disampaikan oleh pemain opera van java menimbulkan efek bagi audiens sasarannya. Dalam penelitian ini stimulus atau pesan disampaikan oleh pemain dalam opera van java, sedangkan yang menjadi organisme yaitu persepsi mahasiswa ilmu komunikasi uin suska riau yang meliputi perhatian, pengertian dan penerimaan. Sedangkan respons merupakan efek yang ditimbulkan dari pesan yang disampaikan oleh pemain opera van java tentang pesan yang disampaikan ke komunikan.

1. Stimulus adalah suatu rangsangan atau sumber informasi. Stimulus disini merupakan acara Opera Van Java di trans 7 yang berfungsi sebagai media yang memberikan informasi kepada mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Organisme adalah komunikan yang menerima pesan. Dalam hal ini organisme sebagai pemirsa yang menerima pesan atau penonton acara Opera Van Java di trans 7, dimana dalam penelitian ini merupakan mahasiswa.
3. Respon adalah tanggapan individu atau khalayak terhadap sesuatu hal. Respon muncul setelah pesan sudah diterima atau diolah mahasiswa sehingga mahasiswa dapat berpersepsi atas acara Opera Van Java.

C. Kajian Terdahulu

Ada beberapa kajian terdahulu yang dianggap relevan dengan teori dan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Persepsi Mahasiswa Jurusan Broadcast Angkatan 2012 Universitas Esa Unggul Terhadap Acara Eat Bulaga Indonesia Di Sctv

Penelitian ini dilakukan oleh Eddy Saputra dengan judul Persepsi Mahasiswa Jurusan Broadcast Angkatan 2012 Universitas Esa Unggul Terhadap Acara Eat Bulaga Indonesia Di Sctv . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana persepsi mereka terhadap acara Eat Bulaga Indonesia secara keseluruhan yang diwakili oleh periode November 2013 hingga Januari 2014 dengan total sampel 27 responden. Hasil penelitian didapat bahwa persepsi responden memiliki persepsi yang biasa saja terhadap acara Eat Bulaga Indonesia. Sudah selayaknya setiap program televisi tetap menjunjung tinggi nilai-nilai edukasi, sosial dan humanis, tidak hanya berfokus kepada kegerlapan dunia hiburan. Setiap acara yang ditayangkan harus mampu memberikan persepsi yang baik bagi penontonnya. Latar belakang penelitian ini berdasarkan dari acara Eat Bulaga Indonesia yang unik dari segi format acara hingga host acara tersebut.

Teori-teori yang digunakan untuk penelitian ini diantaranya adalah audience theory, teori komunikasi, televisi, dan persepsi. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan tujuan penelitian deskriptif. Metode survei dengan instrumen yang digunakan yaitu kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diharapkan dapat melihat sejauh mana persepsi mereka tentang acara Eat Bulaga Indonesia di SCTV. Hasil dari penelitian ini sebagian besar dari 27 responden menjawab netral pada kuesioner yang diberikan. Kesimpulannya, persepsi mereka terhadap acara tersebut adalah biasa saja, Karena dari segi perhatian pada acara tersebut atau acara tersebut kurang memberikan hiburan yang menarik.

2. Persepsi menonton tayangan talk show bukan empat mata di trans7.

Penelitian ini dilakukan oleh Rufvi Orta Arhar dengan judul Persepsi menonton tayangan talk show bukan empat mata di trans7 (Studi Deskriptif Persepsi Mahasiswa FISIP UNS Menonton Acara Talk Show Bukan Empat Mata di Televisi Trans7). Dengan adanya talk show Bukan Empat Mata di Trans7 yang merupakan salah satu tayangan berperspektif komedi namun tetap sarat akan informasi, akan sangat mempengaruhi persepsi pemirsa khususnya mahasiswa.

Karena untuk bisa memenuhi kebutuhan seperti memperoleh informasi sekaligus hiburan, mahasiswa yang notabene masih menggantungkan ekonominya pada keluarga tidak perlu mengeluarkan biaya mahal. Dengan menyaksikan pilihan acara di televisi, salah satunya talk show Bukan Empat Mata, mahasiswa dapat memperoleh hiburan yang menarik, terjangkau, dan murah. Hal ini juga dapat dilakukan dengan santai sambil melakukan aktivitas lainnya di rumah.

Penelitian ini digolongkan dalam Deskriptif Kualitatif, dalam menentukan sampel menggunakan Purposive Sampling. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Non-Reguler FISIP UNS angkatan 2007, khususnya pemirsa/mahasiswa yang suka melihat talk show Bukan Empat Mata. Informan sebanyak 10 orang karena dinilai dapat memberikan kelengkapan dan kedalaman informasi yang sesuai dengan yang diperlukan bagi pemahaman masalahnya.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara/interview mendalam. Validitas data menggunakan Triangulasi Data atau Sumber. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis model

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Interaktif, dimana melalui tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan simpulan atau verifikasi.

Berdasarkan persepsi mahasiswa dapat disimpulkan bahwa konsep talk show Bukan Empat Mata lebih banyak memberikan hiburan dari pada informasi, pemilihan bintang tamu dinilai sudah tepat karena bervariasi, Tukul layak menjadi host dalam talk show ini dan seorang host sangat mempengaruhi kualitas acara yang dipandunya. Pesan yang ingin disampaikan pada pemirsanya belum bisa sampai karena lebih banyak diisi dengan humor, talk show ini tidak mengarah pada pornografi pornoaksi karena hanya sebuah acara hiburan saja, talk show ini dinilai berbeda dari talk show lainnya dalam segi konsep maupun pembawa acaranya. Talk show ini layak sebagai tontonan karena masih ada unsur informasi yang diambil dan pantas menduduki peringkat utama, Tukul Arwana masih dipercaya pihak Trans7 sebagai host karena masih identik dengan talk show Empat Mata sebagai pendahulunya dan bila diganti dengan host lain kurang sesuai, "duplikat" Empat Mata tayang lagi karena saat Empat Mata dihentikan ratingnya masih bagus jadi pihak Trans7 menayangkan acara serupa hanya nama acaranya diganti menjadi Bukan Empat Mata.

3. Hubungan Program Opera Van Java (OVJ) di Stasiun Televisi Trans 7 terhadap Perilaku Siswa SMU Negeri 2 Tapung

Tingginya rating program Opera Van Java (OVJ) di Stasiun Televisi Trans7 dilihat dari intensitas penonton Tidak terkecuali dengan anak usia sekolah, termasuk Siswa SMU Negeri 2 Tapung. Banyak siswa yang menonton program ini dan terkadang meniru adegan-adegan lucu yang dilakukan oleh pemain Opera Van Java. Siswa suka menirukan lelucon-lelucon yang pernah ditontonnya di program Opera Van Java. Banyak diantara siswa-siswa SMU Negeri 2 Tapung yang terkadang bercanda dengan gaya ala pemain Opera Van Java. Di sela-sela waktu istirahat, di kantin sekolah, di ruangan kelas, para siswa yang menonton program Opera Van Java sang bercerita tentang program yang ditontonnya tersebut. Ini tentunya memiliki dampak berbeda-beda terhadap perilaku

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

siswa yang melihat tayangan tersebut, namun belum diketahui seperti apakah hubungannya terhadap perilaku para siswa yang notabenenya masih sebagai remaja yang sedang berkembang.

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini untuk mengetahui hubungan program Opera Van Java (OVJ) di Stasiun Televisi Trans 7 Terhadap Perilaku Siswa SMU Negeri 2 Tapung. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu siswa yang pernah menonton program Opera Van Java (OVJ) yang berjumlah 210 orang, dengan sampel sebanyak 15%, atau 32 orang siswa. Metode penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif asosiatif. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan angket (*quesioner*), data tersebut diolah menggunakan uji korelasi "*Product Moment*". Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan adalah "Terdapat hubungan positif antara program OVJ dengan perilaku siswa SMU Negeri 2 Tapung". Program OVJ memberikan kontribusi 29.5% terhadap perilaku siswa, artinya makin baik program OVJ akan memberikan hubungan yang baik terhadap perilaku siswa. Berdasarkan paparan ini, diketahui bahwa hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima, yaitu program OVJ mempunyai hubungan dengan perilaku siswa SMU Negeri 2 Tapung. Dengan demikian perilaku siswa dapat ditingkatkan dengan meningkatkan program OVJ yang lebih baik dan mendidik.

D. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel

Konsep adalah penggambaran secara tepat fenomena yang hendak diteliti yakni istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Dalam pengertian ilmiah, konsep harus memiliki kriteria yang tepat dalam menjelaskan variabel penelitian.²⁸:

1. Perhatian

Perhatian merupakan proses mental ketika stimuli atau rangsangan stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya

²⁸ Kriyanto, *Manajemen Riset Komunikasi*. (Jakarta, Kencana Prada Group, 2000.)58.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melemah perhatian apabila mahasiswa mengkonsentrasikan diri apada salah satu alat inderanya, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lainnya. Perhatian ini dibagi lagi menjadi beberapa indikator yakni :

- a. Memperhatikan tayangan Opera Van Java
- b. Memperhatikan pemain dalam tayangan Opera Van Java
- c. Memperhatikan jam tayang Opera Van Java
- d. Memperhatikan durasi tayangan Opera Van Java

2. Pengertian

Pengertian dalam hal ini yaitu adanya kebutuhan mahasiswa akan hiburan dan pengetahuan tentang sejarah kebudayaan, kebutuhan dalam pengertian ini adalah melihat sejauh mana audiens dalam menyaksikan acara Opera Van Java. Dalam hal ini meliputi :

- a. Mahasiswa mengerti alur cerita dari acara Opera Van Java
- b. Mahasiswa mengerti pesan yang disampaikan dari acara Opera Van Java
- c. Mahasiswa mengerti peran dalang dalam acara Opera Van Java

3. Penerimaan

Penerimaan dalam penelitian ini adalah untuk melihat seperti apa yang diterima oleh mahasiswa dalam menyaksikan acara Opera Van Java di trans 7 dengan adanya hal-hal baru disekitarnya diharapkan tanpa mereka sadari mempengaruhi perubahan pola piker dan tingkah laku mahasiswa. Penerimaan dalam hal ini meliputi :

- a. Mahasiswa menerima tayangan Opera Van Java
- b. Mahasiswa terhibur dengan tayangan Opera Van Java
- c. Mahasiswa dapat menjadikan acara Opera Van Java sebagai sarana pendidikan dan pembelajaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat Tanya.²⁹

Sedangkan menurut Good & Scates menyatakan hipotesis adalah sebuah taksiran atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta atau kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk langkah selanjutnya.³⁰

Ho: Tidak ada perbedaan Persepsi yang Signifikan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau pada Acara Opera Van Java di Trans 7.

Ha: Terdapat perbedaan Persepsi yang Signifikan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau pada Acara Opera Van Java di Trans 7.

²⁹ Kriyanto, *Manajemen Riset Komunikasi*. (Jakarta, Kencana Prada Group, 2000) 96.

³⁰ Tika, *Metode Riset Bisnis*, 2006, (PT. Bumi Aksara. Jakarta.) 29